

LAPORAN TUGAS AKHIR

STRATEGI PEMASARAN LANGSUNG MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK UNTUK MENARIK MINAT BELI KONSUMEN TERHADAP PRODUK CHOCOPON

PROYEK AKHIR

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Terapan



Disusun Oleh :

RABANI NABIN FIRMANSYAH

2293309039

PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN

JURUSAN PARIWISATA

POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF

JAKARTA

2026

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Strategi Pemasaran Langsung Melalui Media Sosial Tiktok Untuk
Menarik Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Chocopon

Penulis : Rabani Nabin Firmansyah

NIM : 2293309039

Program Studi : Pengelolaan Perhotelan (Konsentrasi: ...)

Jurusan : Pariwisata

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di
kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Rabu, tanggal 15 Juli 2026

Disahkan oleh:

Ketua Penguji,



Fristi Bellia Annishia, S.K.M., M.Par., M.M.,

NIP : 198809082022032008

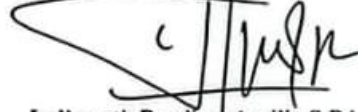
Anggota 1



Muhamad Ridwan, M.M

NIP : 198603272019031013

Anggota 2



Lu'luwatin Rosdiana Aprilia, S.Pd., M.M.Par.

NIP : 19910425202203201

Mengetahui,

Ketua Jurusan Pariwisata



Dimas Bayu Pinandoyo, S.Si., M.Sc.

NIP : 198402032019031005

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

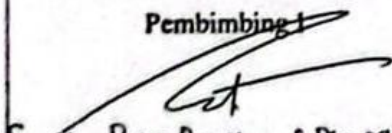
Contoh Lembar Persetujuan Sidang Tugas Akhir
Spasi 1

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

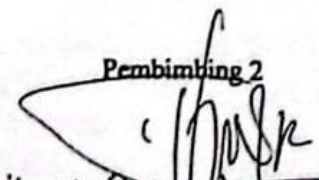
Judul Tugas Akhir	: Strategi Pemasaran Langsung Melalui Media Sosial TikTok	
Penulis	: untuk mempromosikan Produk	
NIM	: 2193709113	
Program Studi	: Pengelolaan Perhutatan (Konsentrasi: ...)	
Jurusan	: Pariwisata	

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta, 18 Juni 2026.

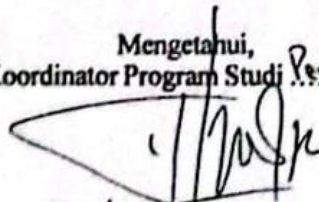
Pembimbing 1


Suharto Rinto Prasetyo, S.Pd, M.Pd
NIP : 198807112020121008

Pembimbing 2


Luluwata Rendra Apriana, S.Pd, M.M.Pd
NIP : 198605092019032011

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Pengelolaan Perhutatan


Luluwata Rendra Apriana, S.Pd, M.M.Pd
NIP : 198605092019032011

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rabani Nabin Firmansyah

NIM 2293309039

Program Studi : Pengelolaan Perhotelan (Konsentrasi ...)

Jurusan : Pariwisata

Tahun Akademik : 2025/2026

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

"Strategi Pemasaran Langsung Melalui Media Sosial Tiktok Untuk Menarik Minat
Beli Konsumen Terhadap Produk Chocopon"

adalah original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari plagiarisme.

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, saya
bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenarbenarnya.

Jakarta, 20 Juli 2026

Yang menyatakan,



Rabani Nabin Firmansyah
NIM 2293309039

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai civitas academica Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rabani Nabin Firmansyah
NIM : 2293309039
Program Studi : Pengelolaan Perhotelan (Konsentrasi ...)
Jurusan : Pariwisata
Tahun Akademik : 2025/2026

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Strategi Pemasaran Langsung Melalui Media Sosial Tiktok Untuk Menarik Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Chocopon” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 20 Juli 2026

Yang menyatakan,



Rabani Nabin Firmansyah
NIM 2293309039

ABSTRACT

This study aims to design a marketing strategy through TikTok social media to increase consumer purchase intention toward Chocopon products. The study employed the Design Thinking method, consisting of the empathize, define, ideate, and prototype stages. Data were collected through questionnaires distributed to 98 respondents and strategy validation using expert judgment involving advertising and broadcasting experts. Data analysis was conducted using validity, reliability, and normality tests to ensure the quality of the research instruments. The results indicate that the proposed marketing strategy includes the development of a content calendar, scheduling content uploads, utilizing relevant hashtags, incorporating trending audio, and creating various types of content, including promotional, educational, entertainment, informational, and discount-related content. Based on the expert judgment results, promotional and entertainment content were considered the most effective types of content for attracting audience attention and increasing consumer interest in Chocopon products. The proposed strategy is expected to help expand content reach, strengthen brand awareness, and encourage consumer purchase intention through TikTok social media.

Keywords: *TikTok, Marketing Strategy, Design Thinking, Purchase Intention, Chocopon.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi pemasaran melalui media sosial TikTok untuk meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk Chocopon. Penelitian ini menggunakan metode *Design Thinking* yang meliputi tahap *empathize, define, ideate, prototype dan test*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 98 responden serta validasi strategi menggunakan *expert judgment* yang melibatkan ahli periklanan dan ahli broadcasting. Analisis data dilakukan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji normalitas untuk memastikan kualitas instrumen penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dirancang meliputi penyusunan *content calendar*, penentuan jadwal unggah konten, penggunaan hashtag yang relevan, pemanfaatan audio yang sedang tren, serta pengembangan berbagai jenis konten yang terdiri atas konten promosi, edukasi, hiburan, informasi, dan promo & diskon. Berdasarkan hasil *expert judgment*, konten promosi dan konten hiburan dinilai sebagai jenis konten yang paling efektif dalam menarik perhatian audiens dan meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap produk Chocopon. Strategi yang dihasilkan diharapkan dapat membantu meningkatkan jangkauan konten, memperkuat *brand awareness*, serta mendorong minat beli konsumen melalui media sosial TikTok.

Kata Kunci: *TikTok, Strategi Pemasaran, Design Thinking, Minat Beli, Chocopon.*

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Tujuan penulisan tugas akhir adalah memenuhi salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan pendidikan Diploma-4/Sarjana Terapan Program Studi Pengelolaan Perhotelan di Politeknik Negeri Media Kreatif.

Dalam tugas akhir ini, penulis berperan sebagai peneliti sekaligus pengembang ide inovasi produk wirausaha. Berdasarkan karya tersebut, penulis menyusun laporan TA berjudul “Strategi Pemasaran Langsung Melalui Media Sosial Tiktok Untuk Menarik Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Chocopon”

1. Dwi Riyono, S.T., M.Ak., Ph.D., selaku Direktur Politeknik Negeri Kreatif.
2. Mawan Nugraha, S.Si., M.Ak., Ph.D., selaku Wakil Direktur Bidang Akademik Politeknik Negeri Kreatif.
3. Dimas Bayu Pinandoyo, S.Si., M.Sc Ketua Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Kreatif.
4. Fristi Bellia Annishia, S.KM., M.Par., M.M., selaku Sekretaris Jurusan Pariwisata
5. Lu’luwatin Rosdiana Aprilia, S.Pd., M.M.Par., selaku Koordinator Program Studi Pengelolaan Perhotelan dan Dosen Pembimbing II
6. Imas Masriah, S.Tr.Par, M.Par. Sekretaris Program Studi Pengelolaan Perhotelan.
7. Swastono Putro Pirastyo, S.Par, M.Par. Selaku Dosen Pembimbing I
8. Segenap dosen dan tenaga kependidikan Program Studi Pengelolaan Perhotelan Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.
9. Kedua orang tua penulis tercinta yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dukungan, dan pengorbanan tanpa henti. Terima kasih atas setiap usaha, perhatian, dan kepercayaan yang diberikan kepada penulis hingga mampu menyelesaikan tugas akhir ini. Penulis juga mengucapkan terima

kasih kepada teman-teman M Mablong yang telah menjadi bagian dari perjalanan selama perkuliahan, memberikan semangat, bantuan, serta menciptakan banyak kenangan yang berharga. Ucapan terima kasih secara khusus penulis sampaikan kepada Akbar, Farid, Ivan yang telah menjadi teman baik, tempat berbagi cerita, memberikan motivasi, dukungan, serta selalu hadir dalam berbagai suka dan duka selama proses penyusunan tugas akhir ini. Kehadiran dan kebaikan yang diberikan menjadi salah satu penyemangat bagi penulis untuk terus berjuang hingga tugas akhir ini dapat terselesaikan

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam tugas akhir ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk tugas akhir ini.

Jakarta, 20 Juli 2026



Rabani Nabin Firmansyah
NIM. 2293309039

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iiiv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRACT	viii
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ixx
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xivv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah.....	5
E. Tujuan Kajian	6
F. Manfaat Kajian.....	6
BAB II.....	8
KAJIAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori	8
1. Strategi Pemasaran.....	8
a. Pengertian Strategi Pemasaran	8
b. Bauran Pemasaran	8
c. Indikator Pemasaran	9
2. Media Sosial.....	11
a. Pengertian Media Sosial.....	11
b. Fungsi Media Sosial	12
c. Tiktok sebagai Media Pemasaran	12
3. Minat Beli.....	13

a. Pengertian Minat Beli	13
b. Indikator Minat Beli	14
4. <i>Design Thinking</i>	14
5 . Digital Konten.....	17
a. Pengetian digital konten.....	17
b. Jenis-jenis konten digital.....	18
B. Penelitian Terdahulu	19
C. Pertanyaan Kajian.....	21
BAB III.....	22
METODE PERANCANGAN	22
A. Jenis Kajian	22
B.....	22
C. Tempat dan Waktu Kajian.....	26
D. Subjek Kajian	26
E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	28
F. Analisis Data.....	30
A. Hasil Kajian.....	36
1. Gambaran Umum Chocopon.....	36
2. Hasil Expert Judgment	37
3. Hasil Uji Instrumen	42
4. Hasil Olahan Kuesioner	47
B. PEMBAHASAN.....	49
1. Strategi Pemasaran Berdasarkan Marketing 4P.....	49
2. Karakteristik Informan Ahli <i>Expert Judgment</i>	54
3. Analisis Kuesioner dan <i>Expert Judgment</i>	56
4. Pengembangan Konten dan Strategi Pemasaran.....	58
5. Penerapan Metode <i>Design Thinking</i>	60
6. Efektivitas Jenis Konten Digital	62
7. Strategi Pemasaran Tiktok dan Minat Beli Konsumen	73
BAB V.....	77
PENUTUP	77

A. Kesimpulan	77
B. Implikasi	78
C. Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Indikator Product.....	10
Tabel 2. Indikator Price.....	10
Tabel 3. Indikator Promotion	10
Tabel 4. Indikator Place	11
Tabel 5. Skala Likert.....	29
Tabel 6. Reduksi Data Expert Judgment Ahli Dosen Periklanan.....	37
Tabel 7. Kategori Data Expert Judgment Ahli Dosen Periklanan	38
Tabel 8. Reduksi Data Expert Judgment Ahli Dosen Broadcasting	40
Tabel 9. Kategori Data Expert Judgment Ahli Dosen Broadcasting	41
Tabel 10. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas.....	43
Tabel 11. Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas	45
Tabel 12. Rekapitulasi Hasil Uji Normalitas.....	47
Tabel 13. Hasil Analisis Deskriptif.....	47
Tabel 14. Content Calendar.....	73
Tabel 15. Jadwal Unggah Konten.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo Chocopon	36
Gambar 2. Kemasan Chocopon.....	36
Gambar 3. Data Uji Validitas	43
Gambar 4. Data Uji Reliabilitas	45
Gambar 5. Data Uji Normalitas	46
Gambar 6. Konten Promosi.....	62
Gambar 7. Metrik Utama Konten Promosi	63
Gambar 8. Pemirsa Konten Promosi.....	64
Gambar 9. Engagement Konten Promosi.....	65
Gambar 10. Konten Hiburan	65
Gambar 11. Metrik Utama Konten Hiburan.....	66
Gambar 12. Pemirsa Konten Hiburan.....	67
Gambar 13. Engagement Konten Hiburan	68
Gambar 14. Konten Informasi.....	68
Gambar 15. Metrik Utama Konten Informasi	69
Gambar 16. Pemirsa Konten Informasi.....	69
Gambar 17. Engagement Konten Informasi.....	70
Gambar 18. Konten Edukasi	70
Gambar 19. Metrik Utama Konten Edukasi.....	71
Gambar 20. Pemirsa Konten Edukasi	72
Gambar 21. Engagement Konten Edukasi	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup.....	84
Lampiran 2 Salinan Lembar Pembimbing TA.....	85
Lampiran 3 Dokumentasi Uji Proposal Tugas Akhir.....	87
Lampiran 4 Hasil Transkrip Wawancara Expert Judgment.....	88
Lampiran 5 Dokumentasi Hasil Konten Tiktok.....	97
Lampiran 6 Tabulasi Data 98 Responden.....	95
Lampiran 7 Dokumentasi Kegiatan Penjualan.....	98
Lampiran 8 Surat Pengajuan HKI.....	99